

- Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo: Martins Fontes.
- Minha vida amorosa na Internet. (2009). In: *Época: O amor nos tempos da internet*, 21 de setembro. (pp. 108-115).
- Nascimento, C. R. O. (2007). *Do amor em tempos de Internet: análise sociológica das relações amorosas mediadas pela tecnologia*. Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Paraná, Curitiba: Universidade Federal do Paraná.
- Nolf, A. J. R. (2007). Relação virtual longa amplia a idealização do outro. In: Fortim, I. e Farah, R. M. (org.). *Relacionamentos na era digital*. São Paulo: Giz Editorial. (pp. 31-32).
- Portal Terra. (2008). *Namoro x amizade*. Acesso em: 2 nov. 2008. Disponível em: <http://fuxico.parperfeito.com.br/servlet/NewRegistration>.
- Yahoo!Encontros (2010). *Par Perfeito*. Acesso em: 4 jun. 2010. Disponível em: <http://yahoo.parperfeito.com.br>.
- Pesquisa aponta que 70% acreditam que dá para encontrar o amor pela internet. (23 de março, 2009). In: *Globo.com*. Tecnologia, Vida Digital. Acesso em: 1 abr. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1054908-6174,00.html>
- Pinheiro, D. (novembro, 2002). Tecla comigo, vai - Por que milhões de brasileiros resolveram procurar um romance pela internet. In: *Revista Veja*, Edição 1778. (pp. 76-83).
- Ramalho, E. F. (2005). *Par perfeito: um novo espaço virtual para a procura de parceiros amorosos*. Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica.
- emarketer (23 de enero de 2009). *Remember Online Dating?* Acesso em: 29 jan. 2009. Disponível em: <http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006880>
- Ruffo, L. (2007). Paixão na Rede; Sexo, traição e Internet. In: Fortim, I. e Farah, R. M. (org.). *Relacionamentos na era digital*. São Paulo: Giz Editorial. (pp. 36-37; pp. 46-48).
- Sampaio, A. (2002). *Amor na Internet – quando o virtual cai na real*. Rio de Janeiro, São Paulo: Record.
- Solomon, R. (1990). *Love: emotion, myth & metaphor*. Prometheus Books.

Whitty, M. T. (2003). Cyber-flirting – Playing at Love on the Internet, In: *Theory & Psychology*. SAGE Publications, vol. 13 (3), (pp. 339-357).

Zacharias, J. (2007). Amor na era da Internet; Sexo na net: será que algo mudou? In: Fortim, I. e Farah, R. M. (org.). *Relacionamentos na era digital*. São Paulo: Giz Editorial. (pp. 38-40; pp. 49-50)

**Abstract:** This essay is part of a research that is being developed about loving attraction on the Internet. Dating sites are considered meeting places on the network, offering its users numerous interactive features to facilitate knowledge of potential loving partners. The design of the main pages and ads are a rich source of analysis material, reinforcing attractive messages that can contribute to the success of these sites with its clientele. The present work intends to point out aspects of strategies used by websites to lure people.

**Key words:** Internet - Design - Online dating sites - Relationship - Attraction - Love - Design - Marketing.

**Resumo:** O presente ensaio parte de pesquisa em desenvolvimento sobre a atração amorosa na Internet. Os sites de namoro são considerados lugar de encontro na rede, oferecendo aos seus usuários inúmeros recursos interativos para facilitar o conhecimento de possíveis parceiros amorosos. O design das páginas principais e anúncios são fonte de rico material de análise, reforçando mensagens atrativas que podem contribuir para o sucesso destes sites junto à sua clientela. Pretende-se apontar aspectos relacionados às estratégias utilizadas pelos sites para atrair pessoas.

**Palavras chave:** Internet - Sites de encontro - Relacionamento - Atração - Amor - Design - Marketing.

(\*) **Paula Rebello Magalhães de Oliveira**. Doutoranda em Psicologia Social (UERJ), Mestre em Ciências (ENSP - FIOCRUZ), Graduação e Formação em Psicologia (UERJ), Professora de Teoria da Percepção da Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Estácio de Sá.

## Los valores del Diseñador Industrial para la construcción de la sustentabilidad

Josué Deniss Rojas Aragón, Omar Eduardo Sánchez Estrada y Mario Gerson Urbina Pérez (\*)

Actas de Diseño (2017, marzo),  
Vol. 22, pp. 196-201 ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: marzo 2012  
Fecha de aceptación: julio 2012  
Versión final: noviembre 2016

**Resumen:** El presente trabajo tiene la finalidad de examinar y reflexionar sobre los valores que debe tener un diseñador industrial en el desempeño de su actividad profesional. Derivado del protagonismo y el papel que juega en la producción de la cultura material de nuestros tiempos. Puede estar compuesta de objetos que promueven un consumismo desmedido como el que actualmente tenemos, o de objetos que ayuden a transitar de hábitos de consumo desmedido a uno regulado, ético y basado sólo en lo necesario. Siendo fundamental el cuidado de los recursos.

**Palabras clave:** Diseño Industrial - Sustentabilidad - Consumo - Objeto - Valores.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 201]

## Introducción

El diseño industrial, como disciplina, tiene su origen con la llegada de la Revolución Industrial, dirigida en un principio al embellecimiento de los objetos. Posteriormente empleado para atraer al público consumidor a través de la estética aplicada a la forma del producto. De esta manera, la revolución industrial permite no sólo el aumento de la producción en un menor tiempo, sino también que los bienes de consumo se diversifiquen, por lo que un mayor número de personas tiene acceso a nuevos e inimaginables productos. Esto trajo que ciertos grupos sociales compraran más bien por deporte, que por una necesidad. En este contexto se buscaba que los productos en general fueran de excelente calidad, como lo eran los productos manufacturados por los diferentes oficios y artes antes de la revolución industrial. Por lo tanto, estos nuevos productos eran duraderos, con buenos materiales, acabados y una tecnología eficiente, permitiendo que un buen número de personas conservara por largo tiempo sus objetos. Así las empresas poco a poco se enfrentaron a un bajo flujo de compra de sus mercancías, poniendo en riesgo su rentabilidad y sobrevivencia. Es entonces cuando surgen los conceptos de “Obsolescencia Programada o Planificada” (Breillet, 2010) y la “Obsolescencia Percibida” (Anzoátegui, 2011). El primero se refiere a la duración específica del producto en relación a la tecnología y los materiales empleados en la fabricación del objeto, la cual es determinado por el productor en términos de venta y no de durabilidad. Por lo que una vez concluido este ciclo de vida: falla, se avería o rompe y el propietario debe comprar otro manteniendo con ello un flujo de mercancía constante. El segundo concepto se refiere a un envejecimiento visual y estético del producto. Por lo tanto el objeto denota si está pasado de moda o antiguo, propiciando que se le sustituya por uno nuevo, moderno y actual, aunque en el fondo cumpla con la misma función y se emplee la misma tecnología, pero con diferente estética. El diseño Industrial, por ende, ha ido dando respuesta a las necesidades económicas de la empresa, las industrias y los usuarios según el momento histórico. Durante mucho tiempo lo importante ha sido crear productos nuevos y diferentes para ser consumidos con mayor velocidad. Esto trajo consigo que el colectivo pensará que los recursos eran infinitos e ilimitados, causando con ello un fuerte deterioro en nuestro ambiente y el planeta en general. Actualmente se reflexiona sobre la dinámica de consumo, la producción desmedida, y los estilos de vida que acrecentan la problemática ambiental. El cual, a corto plazo, podrían, llegar a colapsar los recursos naturales y energéticos terminando con los sistemas económicos como los conocemos; por lo que nuestra forma de vida cambiaría radicalmente. La pregunta de fondo en todo este panorama, es: ¿Qué valores deben tener los diseñadores para construir una verdadera dinámica social, económica y ambiental sustentable? (considerando que nuestro objetivo principal es crear nuevos y mejores productos). Es por ello que, sin una ética profesional, podríamos seguir generando productos donde lo primordial siga siendo vender un producto, promoviendo su sustitución a una velocidad increíble; y entonces que responsabilidad tenemos sobre nuestro ejercicio profesional.

## Conceptos

El desarrollo sostenible o duradero es definido, por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987:23), dependiente de la Organización de las Naciones Unidas, como: “...el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

Con el paso del tiempo el concepto de sustentabilidad se ha ido acotando y afinando gradualmente a partir de las diferentes iniciativas de organismos internacionales, gobiernos, institutos, y universidades, entre otros; por lo que el concepto se ha ido tornando más claro y amplio en su concepción. De manera general, podemos decir que el concepto de sustentabilidad se funda en la toma de conciencia de los límites y de las potencialidades de la naturaleza, promoviendo el binomio naturaleza-cultura apoyado en una nueva economía. Reorientando las directrices de la ciencia y la tecnología para fortalecerlo, y construyendo una nueva cultura política fundada en una ética de la sustentabilidad (valores: en creencias, sentimientos y saberes) que renueva los sentidos existenciales, los modos de vida y las formas de habitar el planeta tierra (Leff, 2005). Para que la sustentabilidad sea viable debe promover actividades que estén apoyada en el equilibrio de tres pilares: el ambiente, la sociedad y la economía. De tal manera que el desarrollo perdure indefinidamente por sí mismo en un contexto, cultura, o país determinado. Para ello se debe trabajar por una nueva plataforma de interrelaciones entre individuos de una comunidad, región, país y a nivel mundial. Por lo tanto, el objetivo del desarrollo sustentable es proyectar actividades humanas que contemplen la viabilidad económica, una congruencia en la utilización y empleo de los recursos naturales, y que los beneficios obtenidos sean equitativamente distribuidos entre todos los involucrados.

Los valores que nos interesan abordar, a nivel profesional, son los valores éticos (no los estéticos, políticos u otros), que forman el carácter (autocontrol) y promueven un mundo más civilizado (mejor para la colectividad y no para lo individual). Los valores éticos son generales, para que puedan ser empleados en cualquier contexto, lugar y momento. Por lo que no provienen de ninguna cultura específica, y representan intereses comunes para la construcción de un camino común (Camps, 2000). Para la instrumentación de la ética se requiere el compromiso de todos los individuos que integran la sociedad, al igual que instituciones públicas y privadas, así como del estado. Sin embargo, no todo es claro en la ética, su generalidad en la definición de valores implica confusiones en situaciones específicas donde parece imposible encontrar la respuesta correcta. Siendo necesario el consenso a través de la comunicación simétrica y el diálogo no violento para lograr definir una solución a problemas éticos. La ética esta delimitada por las ideas de lo bueno y lo malo, justo e injusto, virtud y vicio; buscando que el individuo razone, concientice y decida sobre lo que hace, respondiendo por ello, siendo con ello un individuo libre y responsable (Chauí, 1998).

Por otro lado, hablar de valores en el campo disciplinar implica abordar el concepto de competencias, que son

procesos complejos de desempeño, dirigidas hacia un fin, que articulan diversas dimensiones humanas de desempeño (cognitivo, actitudinal y el saber hacer), con idoneidad (cumpliendo con indicadores o criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, pertinencia y apropiación) en un determinado contexto (disciplinar, social, cultural y/o ambiental). Analizando las consecuencias de los propios actos y respondiendo consecuentemente a los resultados de un ejercicio ético (Tabón 2006:5-6). De esta manera, una competencia será como se comporta, actúa y procede un individuo en determinado contexto, poniendo especial énfasis en los resultados que éste obtiene, jugando un papel importante los motivos o razones que le dan sentido a ese proceder (valores).

La formación basada en competencias tuvo su origen en las empresas e industria, y estaba dirigido a desarrollar acciones específicas en los empleados. Por lo que al ser incorporados en una institución de educación se le incorpora un matiz humanista, agregando determinados valores y actitudes que le ayuden a complementar su formación como individuo (Azpeitia, 2006).

Relacionando el concepto de sustentabilidad con el de competencias la OCDE (2004) dice que: “El desarrollo sostenible y la cohesión social dependen críticamente de las competencias de toda nuestra población, con competencias que se entiende cubren el conocimiento, las destrezas, las actitudes y los valores.”. Por lo que la garantía de alcanzar un verdadero desarrollo sustentable, implica cambios en lo individual, pero una dirección común en lo colectivo; debiendo ser apoyado desde múltiples niveles y perspectivas, incluyendo el total de los individuos que integran nuestra sociedad. Para lograr ese desarrollo sustentable es fundamental partir de una base sólida de valores compartidos socialmente, que permitan el desarrollo de los individuos y sus potencialidades.

Los valores, por lo tanto, son parte fundamental en un individuo, debiendo ser reconocidos primero como un ente que pertenece y es parte de una sociedad, con derechos y obligaciones que le permitan desarrollarse de manera plena. Y posteriormente, como un profesional que contribuye con sus acciones en la construcción de un mundo mejor, un mundo sustentable.

### Algunas aportaciones desde diseño industrial

En el diseño se han realizado actividades en múltiples niveles y etapas del desarrollo del producto, para generar proyectos que promuevan la sustentabilidad. Manzini (1992) propone la creación de nuevos escenarios que cumplan con cuatro principios necesarios para obtener un producto ecológicamente satisfactorio. El primero se refiere a la versatilidad que el objeto debe tener para que el hombre pueda configurar y reconfigurar continuamente su entorno; el segundo habla sobre el equilibrio que debe existir entre el producto propuesto y el resto de objetos con los que interactúa, y con los cuales constituye el sistema de objetos en un determinado entorno; el tercero se refiere a la facilidad que el objeto debe tener para su uso, interacción y entendimiento en las diferentes actividades humanas. Por último, el cuarto aborda la necesidad de crear objetos que mantengan un equilibrio entre objetos,

recursos naturales, materias primas y necesidades del usuario al que va dirigido el nuevo producto.

En cuanto al papel del proyectista y su quehacer en el desarrollo del proyecto, Manzini (1996:108) dice:

A mediano y largo plazo deberá rediseñarse todo un mundo que ya fue diseñado desde el interior de la hipótesis del crecimiento indefinido y de la irrelevancia del sustrato natural...Hace falta movilizar las potencialidades de la técnica para revelar nuevas posibilidades para indicar que, en cualquier caso, el hoy necesario rediseño del ambiente artificial puede llevar nuevas calidades.

Dando la pauta para comenzar a proyectar de una manera diferente, generando nuevas características de los objetos, a través de las calidades y cualidades del diseño. Para alcanzar esto, se requiere partir de una nueva plataforma de valores en el ejercicio profesional que permita crear proyectos donde los usuarios puedan transitar y adoptar esa nueva dinámica de desarrollo duradero.

En el diseño industrial, de manera general, se han generado tendencias ideológicas dirigidas al cuidado del medio ambiente. De donde se desprenden diferentes metodologías y acciones de diseño para la generación desde productos de bajo impacto ambiental hasta nuevos escenarios que procuran el desarrollo sostenible. Aunque hay una variedad de discrepancias entre autores, podemos ubicar cuatro tendencias principales, desarrollados hasta el momento y que presentamos a continuación:

1. **Diseño Verde.** Se origina con las primeras etapas del movimiento verde de los años 80's, donde las ideas políticas y las ideas ambientales hacen que los productos sean “enverdecidos” literalmente, especialmente en verde claro; denotando su preocupación ambiental con la aplicación del color, sin embargo su aportación sólo se refleja en lo económico al incrementando con ello las ventas comerciales. (García, 2008).

2. **Rediseño Ecológico o Ecoredesign.** Desarrollado en el Centro de Diseño del Real Melbourne Institute of Technology, campus Melbourne, en 1994 en conjunto con empresas Australianas, buscando la mejora de productos existentes. La metodología pone especial atención en el Análisis del impacto ambiental del producto y establecimiento de las direcciones de diseño para su mejora. (Capuz, 2004) (Fuad-Luke, 2002) (RMIT, 2008).

3. **Ecodiseño, Diseño para el Ambiente (DfE) o Diseño Ecológico.** Es la sistematización de un proceso tradicional de desarrollo de un producto, al que se integran aspectos ambientales (Capuz, 2004). Dirigidos a reducir o eliminar el empleo de materiales, recursos y energía; desde la fabricación, uso y retirada del producto y/o su regreso al ciclo productivo. (Fuad-Luke, 2002). Se apoya de herramientas metodológicas como PROMISE (Metodología de Ecodiseño estructurada en siete fases, propuesta por la Universidad Tecnológica de Delft ) y EDIP (Análisis del Ciclo de Vida, desarrollada Technical University of Denmark).

4. **Diseño Sustentable.** Busca “...analizar y cambiar los sistemas en que producimos, utilizamos y desechamos los productos” (Chick, 1995; citado en García, 2008:

37), apostando por cambios y beneficios a largo plazo, enfocada a condiciones sociales y económicas, apoyado en la ética.

Las tendencias anteriores dejan claro el interés que se tiene en la disciplina por contribuir en la construcción de la sustentabilidad. Consideramos que las acciones más ampliamente exploradas y que involucran valores éticos en el ejercicio profesional son: el Ecodiseño y el EcoRediseño. Mientras que hay una serie de buenas propuestas pero aun insuficientes para el alcance del diseño sustentable. Este último, en momentos pareciera utópico, pero es un estado que se alcanzará cuando todos los individuos, entren a una dinámica individual y colectiva diferente. Donde la escala de valores éticos privilegie el pleno desarrollo del individuo en una convivencia armónica en un ambiente de paz, antes que los intereses económicos y de posesión.

### Los valores en las competencias

En la medida en que las competencias son necesarias para ayudar a lograr metas colectivas, a través de la selección de los principales necesidades de competencias, se debe también plantear una base bien comprendida de valores compartidos. De esta manera los valores funcionan como un soporte que da sentido a las acciones emprendidas. Algunos valores pueden ser muy claros y otros pueden ser confusos y por lo regular, están íntimamente relacionados con otros para su adecuada aplicación en la práctica. Algunos valores como la democracia y el desarrollo sustentable, parecieran más bien fines o metas más que valores. Sin embargo, sí es considerado como un valor por la mayor parte de países integrantes de la OECD, (OECD, 2004). Para alcanzar estos valores los individuos deben ser capaces de alcanzar todo su potencial, respetar a los demás y contribuir a la producción de una sociedad equitativa. Esta complementariedad de intereses individuales y colectivos debe reflejarse en un marco de competencias que reconoce a los individuos que integran la sociedad como autónomos en su desarrollo, donde tiene una gran importancia la interacción con sus semejantes.

En cuanto a valores se refiere, la única organización internacional que aborda los valores como parte importante no sólo de investigación, sino como parte de su funcionamiento es la UNICEF (2011A). En su apartado de bolsa de trabajo muestra un documento con las competencias y los valores, esperados en los candidatos a integrarse en la institución. Entre los valores fundamentales compartidos al interior de UNICEF (2011B) tenemos:

- La diversidad e inclusión. Tratar a todas las personas con dignidad y respeto; mostrando respeto y sensibilidad hacia la muestra de género, diferencias culturales y religiosas; perjuicio de desafíos, los prejuicios y la intolerancia en el lugar de trabajo, fomenta la diversidad siempre que sea posible.
- Integridad. Mantiene altos estándares éticos, toma estándares éticos claros; mantiene sus promesas; inmediatamente direccional el comportamiento indigno de confianza o deshonestos; resiste la presión en la toma de

decisiones que provienen de fuentes internas y externas, no abusar del poder o autoridad.

- Compromiso. Demuestra el compromiso de la misión de la UNICEF y el sistema de las Naciones Unidas; muestra los valores de la UNICEF en las actividades diarias y los comportamientos; busca nuevos desafíos, atribuciones y responsabilidades, promueve la causa de UNICEF.

Las competencias fundamentales para alcanzar los resultados deseados en UNICEF, son: comunicación, colaboración con otras personas e iniciativa enfocada a los resultados.

La anterior propuesta es un excelente ejemplo de que se puede trabajar por una serie de valores compartida. En un principio por institución o empresa y posteriormente por grupos o redes de interacción profesional, permeando poco a poco en esos valores que definen nuestra profesión a nivel nacional y posteriormente a nivel mundial. Denotando que el papel que desempeña individuo mismo y su relación con los demás es fundamental en la ideología institucional.

Por otra parte, De Roux (2008) en su trabajo de Valores y Competencias para la Vida, desarrollado para varias instituciones que forman parte de la Alianza Educación para la Construcción de Culturas de Paz entre los que se encuentra UNICEF, destaca la importancia de los valores y competencias para establecer relaciones constructivas armónicas, compartiendo con ello principios mínimos de una ética civil. Entre los valores y competencias que se desarrollan para la educación formal, no formal e informal, a partir del cuaderno de trabajo, encontramos los siguientes valores: Tolerancia, Respeto al derecho ajeno, Disposición al diálogo, Honestidad, Honradez, Responsabilidad, Sentido de lo justo, Civismo, Valor de la palabra, Integridad, Buen trato, Solidaridad, Disposición a no solidarizarse con lo incorrecto y Buen humor. El anterior trabajo puede servir como punto de partida para construir plataformas diferentes que impacten en no sólo en la búsqueda de un desarrollo sustentable, o el alcance de metas, sino en la evaluación y promoción de valores en el ejercicio profesional del diseño industrial.

### Valores con un enfoque sustentable en el ejercicio profesional del Diseño

Es evidente que la demanda expresa de profesionales portadores de conocimiento y habilidades útiles y funcionales para el sistema, está presente en todo momento. Por ello el mercado define vocaciones y produce intereses profesionales que internalizan la función eficientista, productivista y utilitarista de la racionalidad económica dominante en la formación de profesionales (Leff, 2002). De manera que la promoción y fortalecimiento de valores que contemplen el cuidado del medio ambiente se proyecta, de manera opuesta, a las demandas e intereses de la racionalidad económica vigente.

Sin embargo, es importante que el profesional de diseño se conciba como un individuo capaz de modificar su realidad cuando no esté de acuerdo con el mundo que lo rodea, convirtiéndose en un agente de cambio. No como un individuo que no puede hacer nada por cambiar su

entorno, terminando por aceptarlo y asumirlo tal como es. De esta manera, el diseñador no sólo atenderá a una producción variada y amplia de productos que promueven un consumo desmedido, a través del embellecimiento estéticos de los productos, limitando su durabilidad y funcionamiento; sino que buscará hacer un cambio real que apoye la transformación que se busca ante el deterioro ambiental.

El diseñador industrial, por tanto, debe ser crítico, bajo el entendido de que ser crítico no es denunciar algo, sino estudiar el camino o estado actual y presentar otra opción por la cual se puede transitar (Azpeitia, 2006). Dirigiendo sus críticas a las formas de desarrollo actual y su impacto en la naturaleza y la sociedad, planteando alternativas de desarrollo sustentable desde diferentes perspectivas, que fortalezcan su creatividad al plantear alternativas originales, fluidas, flexibles y de iniciativa propia.

El diseñador industrial debe emplear todas sus competencias para contribuir, desde la profesión, a la implementación del desarrollo sostenible, buscando crear una base de valores común a todos los diseñadores, que permita que todas sus acciones dentro del proyecto y su actuar profesional estén dirigidas al establecimiento y promoción del desarrollo sostenible.

El diseñador debe conocer, promover y utilizar todas las acciones que estén a su alcance para que el producto propuesto, desarrollado en su proceso de diseño, tenga el menor impacto ambiental posible. Contribuyendo a que el objeto tenga un óptimo funcionamiento, larga durabilidad, una extensión de la vida útil a través de ajustes planificados. Implementando una estética que permita que el usuario conserve un mayor tiempo el objeto, que promueva la generación de vínculos o pautas afectivas en el uso cotidiano para que el mismo individuo conciba al objeto como parte de su vida y no como un mero objeto que pierde sentido después de usarse por primera vez.

## Reflexiones

Si partimos del hecho que el profesional del diseño es también un ciudadano que va a interactuar de manera social y va a dirigir y tomar decisiones sobre el rumbo de nuestra sociedad, valdría la pena realizar un estudio que permita determinar los valores bajo los cuales se mueven los diseñadores industriales, comenzando con ello a planificar los cimientos de una ética del diseño que fortalezca la profesión y a cada uno de los integrantes de comunidad de diseño.

Si se permearan los valores en la formación de los profesionistas del diseño, incluso desde la formación básica, quizás no estaríamos hablando de una ética del diseño, sino de una ética común a la sociedad a la que pertenecemos.

Es indispensable que para crecer en lo colectivo primero debemos crecer en lo individual. Para lo cual es importante tener la mente abierta, estar dispuestos a ver más allá de nuestras creencias, darnos la oportunidad de aceptar, en nuestra autorreflexión, que podemos dar más de nosotros, siendo posible alcanzar esas nuevas metas. Si lo creemos posible, es probable que podamos verlo y así buscar algo más grande que construya para todos y no para algunos.

Los valores parecieran cosa del pasado, pero en los tiempos actuales parecen ser una de las estrategias más importantes para reencontrar un equilibrio entre nuestras acciones y el futuro que tenemos como especie si seguimos conduciéndonos de la misma forma. Los valores nos pueden ayudar a construir una verdadera sustentabilidad y los esfuerzos que se emprendan para incorporarlos en la cotidianidad individual, social y profesional contribuyen a encontrar caminos que nos lleven a nuevas formas de pensamiento e interrelación humana. En nuestras manos está el promover cosas que construyan en lo colectivo y no en lo individual. El verdadero desarrollo no está en el entorno del individuo, sino en el desarrollo del ser, donde los valores juegan un papel fundamental.

Como integrantes de una de las profesiones más creativas, donde los sueños e ideas más sublimes pueden encontrar su materialización, podemos proponernos ser diferentes y transformar nuestra forma de conceptualizar. Ver y leer las actividades no sólo profesionales, sino individuales dentro de una colectividad que alcance nuevas cualidades y calidades humanas. Apoyándonos en nuevas maneras de hacer nuestro procesos de diseño transmitiendo los valores, actitudes y saberes necesarios para transitar hacia esa sustentabilidad que requerimos como humanidad. Estaremos dispuestos a entender que debemos comenzar a transformarnos de manera individual para así poder cambiar a nuestro entorno inmediato y posteriormente el local. Cumpliendo con ello una de las premisas fundamentales de los nuevos valores: pensar en lo global y actuar en lo local, asociado asimismo al entendido de pensar en lo local y actuar en lo global.

Queda claro que las principales acciones para hacer cambios profundos en nuestro país pueden provenir de tres fuentes principales: el gobierno, la empresa y las instituciones de educación. En los tres ámbitos se encuentran profesionales del diseño por lo que es factible que comencemos a realizar acciones profesionales que permitan transitar hacia una sustentabilidad bajo nueva concepción de ser, actuar, saber y valorar.

Más que ser un tema acabado consideramos que es un tema para reflexionar y comenzar a construir una ética en la profesión del diseño que nos conduzca a un escenario, sino ideal al menos posible. Donde las actividades del diseñador estén comprometidas por generar un entorno artificial en equilibrio con el entorno natural, con nuestra sociedad y sus actividades económicas.

## Bibliografía

- Anzoátegui, M. (29 de abril de 2011). Igualdad de Ingresos, pensamiento ecológico y sostenibilidad en el modelo de Wilkinson y Pickett. En: *Jornadas de Investigación en Filosofía*, La Plata. Disponible en: <http://jornadasfilo.fahce.unlp.edu.ar/actas-2011/el-por-que-de-la-infelicidad-colectiva.-bfque-aportes-pueden-hacer-las-investigaciones-empiricas-al-debate-sobre-teorias-de-justicia-y-la-vida-buena/Anzoategui-%20Micaela%20I.pdf>
- Azpeitia, M. (2006). *Currículo y Competencias. Memoria del Primer Encuentro Internacional de Educación Preescolar*. México DF: Santillana. (p. 150)
- Breillet, D. (2010). *Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada*. Francia y España: Arte France, TVE y

- TVC. Disponible en: <http://www.rtve.es/television/documentales/comprar-tirar-comprar/directo>
- Camps, V. (2000). *Los valores de la Educación*. Madrid: Anaya. (p. 130)
- Capuz, S. y Gómez, T. (2004). *Ecodiseño. Ingeniería del Ciclo de Vida para el Desarrollo de Productos Sostenibles*. Valencia: Alfaomega. (p. 312)
- Chau, M. (10 de diciembre de 1998). *Ética y Violencia, Teoría y Debate*, Nº 39. San Pablo.
- Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987). *Informe Brundtland, "Nuestro Futuro Común"*. Disponible en PDF.
- De Roux, G. (2008). *Valores y Competencias para la Convivencia*. Bogotá: Editorial Bogota DC. Disponible en: [www.educacionpara lapaz.org.co/Cartilla/Cartilla%20Alianza%202.pdf](http://www.educacionpara lapaz.org.co/Cartilla/Cartilla%20Alianza%202.pdf)
- Fuad-Luke, A. (2002). *Manual de Diseño Ecológico*. Londres: Cartago. (p. 320)
- García, B. (2008). *Ecodiseño: Nueva herramienta para la sustentabilidad*. México: Designio. (p. 82)
- Leff, E. (2002). *Universidad, Interdisciplina y Formación Ambiental*. México DF: Siglo XXI. (p. 414)
- Leff, E. (2005). *Ecología y Capital. Racionalidad Ambiental, Democracia Participativa y Desarrollo Sustentable*. México DF: Siglo XXI. (p. 428)
- Manzini, E. (1992). *Artefactos. Hacia una Nueva Ecología del Ambiente Artificial*. Madrid: Celeste Ediciones. (p. 214)
- Organización de Cooperación para el Desarrollo de los Estados (OCDE). (2004) *Resumen ejecutivo: La definición y selección de las competencias clave*. (p. 20)
- RMIT (2008). Real Melbourn Institut Technology. Disponible en: [www.rmit.edu.au/](http://www.rmit.edu.au/)
- Tabón, S. (2006). *Aspectos básicos de la formación basada en competencias*. Bogota Talca Proyecto Mesesup.
- UNICEF (2011a). *Competencias para la Vida de la UNICEF*. Disponible en: <http://www.unicef.org/spanish/lifeskills/index.html>
- UNICEF (2011b). *Las competencias esperadas en los candidatos y compartidas por todo el personal de la UNICEF*. Disponible en: [http://www.unicef.org/spanish/about/employ/files/UNICEF\\_Competencies.pdf](http://www.unicef.org/spanish/about/employ/files/UNICEF_Competencies.pdf)

**Abstract:** This paper aims to examine and reflect on the values that you must have as an industrial designer in carrying out their work. Derived from the role and the role it plays in the production of the

material culture of our times, which may consist of objects that promote excessive consumerism as we currently have, or objects that help to move from wasteful consumption habits of one regulated, ethical and based only on what is necessary, and essential care resources.

**Key words:** Industrial design - Sustainability - Consumption - Object - Values.

**Resumo:** Este artigo analisa e reflete sobre os valores que deve ter um designer industrial na realização de seu trabalho. Derivado do protagonismo e o papel que desempenha na produção da cultura material dos nossos tempos, podem consistir de objetos que promovem o consumismo excessivo, como temos atualmente, ou objetos que ajudam a mudar de hábitos de consumo desmedido a um regulado, ético e baseado apenas no que é necessário, sendo fundamental o cuidado dos recursos.

**Palabras chave:** Design industrial - Sustentabilidade - Consumo - Objeto - Valores.

(\*) **Josué Deniss Rojas Aragón.** Profesor de Tiempo Completo del Centro Universitario UAEM Valle de Chalco, en la Licenciatura en Diseño Industrial. Maestro en Diseño Industrial, graduado con mención honorífica en el Posgrado de Diseño Industrial de la UNAM, con especialidad en Tecnología. Es integrante del Cuerpo Académico (CA) de Diseño Industrial e imparte las materias de Diseño de Mobiliario, Diseño de Joyería, Sustentabilidad del Diseño, Psicología del Diseño, Diseño de Envase y Embalaje, entre otras. **Omar Eduardo Sánchez Estrada.** Profesor de tiempo completo, coordinador de la licenciatura en Diseño Industrial e investigador integrante del cuerpo académico (diseño y tecnología), con la línea de Generación y Aplicación del Conocimiento, en Sustentabilidad del Diseño. Maestro en Diseño Industrial en la Universidad Nacional Autónoma de México, profesor e investigador invitado por la Universidad Jaume I y la Politécnica de Valencia, en el departamento de ingeniería industrial y diseño. **Mario Gerson Urbina Pérez.** Profesor de Tiempo Completo del Centro Universitario Valle de Chalco. Maestro en Ciencia, Tecnología y Management, por la Universidad de Ferrara y la empresa "Basell Polyolefins", Italia. Tiene una especialidad en Diseño Estratégico para Productos Industriales, realizada en la UAEM. Es líder del CA de Diseño Industrial.